

2006年-2007年中国食品包装服务行业分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2006年-2007年中国食品包装服务行业分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2978629786.html>

报告价格：电子版: 12500元 纸介版：12800元 电子和纸介版: 13200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

购买趋势报告的客户可以在1年内免费更新报告中的所有数据目	录第一章
中国包装服务行业现状分析 - 7	-第一节 中国食品包装服务行业现状分析 - 7
-一、我国食品包装服务行业现状 - 7	-二、我国食品包装服务行业发明专利落后于需求 - 7
-三、食品包装服务行业高起点企业少低水平重复多 - 8	-第二节
包装产业链中印刷工业现状与发展趋势 - 9	-一、包装印刷业现状 - 9
-二、包装印刷企业目前形成产业带化发展 - 10	-第三节 几种主要行业的包装印刷现状 - 10
-一、食品包装 - 10	-二、药品包装 - 11
-三、微型瓦楞包装 - 11	-四、瓦楞纸箱包装 - 11
-五、彩色纸盒包装 - 12	-第四节 中国食品包装服务行业的发展机遇 - 12
-一、纸包装市场将出观三大转移 - 12	-二、食品包装机械拥有庞大的出口商机 - 13
-三、奥运商机触及包装行业快提速发展 - 13	-第五节 困扰我国包装行业发展的四大因素 - 13
-一、东西差距进一步拉大 - 13	-二、精品生产能力不足 - 14
-三、创新能力不强 - 14	-四、人才结构不合理 - 15
-第六节 我国食品包装服务行业的发展方向 - 15	-一、食品工业发展对包装服务行业的需求 - 15
-二、我国食品包装服务行业发展方向 - 16	-第二章 国内外糖果生产及包装发展趋势 - 18
-第一节 国外糖果包装新发展 - 18	-第二节
中国糖果产业结构分布和消费市场结构分析 - 18	-第三节 糖果生产发展趋势 - 19
-第四节 糖果包装服务行业发展现状及未来发展趋势 - 20	-一、国内糖果包装服务行业发展现状 - 20
-二、糖果包装服务行业发展趋势 - 21	-第五节 糖果小包装已成发展趋势 - 22
-第六节 中国糖果行业的现状及发展趋势 - 22	-一、糖果行业各销售渠道的销售分析 - 22
-二、糖果企业各产品品类在市场的销售占比 - 23	-三、国产糖果：从包装和口味下手抢占市场 - 26
-四、糖果行业的发展趋势及战略： - 27	-第七节 健康糖果将成为国内糖果业发展的突破口 - 27
-第八节 糖果巧克力包装市场现状分析及发展趋势 - 29	-一、包装在糖果、巧克力制品中的主要作用 - 29
-二、我国糖果、巧克力包装现状及存在的差距 - 29	-三、国际糖果、巧克力包装的发展趋势 - 30
-第三章 2006年中国糖果包装市场分析 - 31	-第一节 传统糖果——扩张成为主旋律 - 31
-第二节 功能糖果——有待进一步细分 - 32	-第三节 胶母糖——复合产品引领潮流 - 32
-第四节 中国糖果市场布局结构分析 - 34	-一、糖果市场从迷乱中胜出 - 34
-二、糖果消费形态的变化 - 36	-三、在大趋势中确定突围方向 - 38
-第四章 中国糖果市场区域发展状况分析 - 42	-第一节 江西糖果市场竞争分析 - 42
-一、喔喔360度表现突出 - 42	-二、大白兔品牌制胜 - 42
-三、金丝猴占据KA主流 - 42	-四、市场逐步下沉 - 43
-五、小包装喜糖备受青睐 - 43	-第二节 上海糖果市场竞争分析 - 43
-一、悠哈——演绎高端奶糖路 - 44	-二、嗨啾——一切尽在探索中 - 44
-三、其他国外品牌各有所取 - 45	-四、雅客调整产品渠道策略 - 45
-五、喔喔做好新形象 - 45	-六、其他国内品牌 - 46

-第三节 河北糖果市场竞争分析	- 46	-一、阿尔卑斯整体强势金丝猴唐山称雄	- 46
-二、徐福记紧追阿尔卑斯喔喔运作重点市场	- 47	-第四节 山西糖果市场竞争分析	- 47
-一、晋南：商超垄断成就金丝猴老大地位	- 47	-二、晋北：喜糖消费催生专卖形式	- 48
-三、南北商家各有不同忧愁	- 48	-第五章 中国糖果包装服务行业分析	- 50
-第一节 糖果特性对包装的要求	- 50	-第二节 糖果包装因企业竞争尤显重要	- 52
-一、主流消费群体与市场定位	- 52	-二、文化内涵与包装	- 53
-二、文化要素与包装	- 53	-三、设计要素与包装	- 53
-四、鲜活元素与包装	- 53	-五、适度包装与绿色包装	- 54
-第三节 大品牌糖果行业迎来一个好时代	- 54	-第四节 发达国家食品包装行业三理念应借鉴	- 55
-一、减轻环境压力注重材料选择	- 55	-二、开发可食性包装注重功能选择	- 56
-三、再生资源可利用做好分类回收	-		56
-附表一：国内部分从事糖果生产和糖果代包装服务的企业简介	-		63
-1、郑州卫华包装有限公司	- 63	-2、上海埃克生物制品有限公司	- 63
-3、上海普印包装材料有限公司	- 64	-4、广东省惠州市旭辉塑料彩印厂	- 64
-5、北京华洋联合塑胶制品有限公司	- 64	-6、潮安县正欣印务有限公司	- 65
-7、广州市纸包装制品有限公司	- 65	-8、汕头市嘉利隆包装印刷有限公司	- 65
-9、福建凯达印务有限公司	- 66	-10、深圳美业产品包装设计印刷公司	- 66
-11、深圳市丰元时代制罐厂	- 66	-12、天津市大港富丽糖果包装厂	- 66
-13、金华市蓝天印业包装有限公司	- 66	-14、浙江方舟印刷有限公司	- 67
-15、上海绿润实业有限公司	- 67	-16、慈溪市长河镇佳佳塑料蜂具厂	- 67
-17、潮安县庵埠开濠骏发美印厂	- 68	-18、山东省沂水县欧亚美食品厂	- 68
-19、广东宇利纳食品包装有限公司	- 69	-20、潮安县庵埠镇炯锋纸塑厂	- 69
-21、东莞市东城宏泽塑胶制品厂	- 69	-22、绍兴小小包装印务有限公司	- 69
-23、武汉市糖果包装公司	- 70	-24、漳州市乐丫丫食品有限公司	- 70
-附表二：通过CQC认证的食品包装、容器类产品获证企业名录	-		73
-图表目录图表1：中国食品包装专利总体情况	-		7
-图表2：2005年中国包装相关行业效益十佳企业名单一	-		9
-图表3：2005年中国包装相关行业效益十佳企业名单二	-		9
-图表4：2005年中国包装相关行业效益十佳企业名单三	-		10
-图表5：西部省份包装印刷产值分布	- 14	-图表6：糖果行业各销售渠道的销售市场占比	- 23
-图表7：各糖果品牌市场份额	- 23	-图表8：功能型糖果品牌市场份额	- 24
-图表9：胶母型糖果各品牌市场份额	- 24	-图表10：糖果各类品种的市场销售占比	- 26
-图表11：2006年上半年度糖果销售市场占有率	-		31
-图表12：2006年上半年功能糖果销售额度市场占有率	-		32
-图表13：2006年上半年度胶母糖销售额市场占有率	-		33
-图表14：2006年上半年巧克力销售额市场占有率 单位：%	- 33	-图表15：中国糖果分化图	

- 34	-图表16：中国糖果市场现状	- 35	-图表17：糖果细分品类及领导品牌	- 36
-	-图表18：各个阶段的糖果品牌的成功因素和营销要素用图示	-		39
-	-图表19：糖果品牌市场发展曲线图	- 39	-图表20：湿度对各种糖果质量的影响	- 50
-	-图表21：各种糖果的平衡相对湿度(%)	- 50	-图表22：各种糖果的水分转移趋向	- 51
-	-图表23：2005年中国包装联合会认定的75家中国包装龙头企业(排名不分先后)	-		56
-	-图表24：2005年中国包装联合会认定的81家中国包装优秀企业(排名不分先后)	-		57
-	-图表25：2005年中国包装联合会认定的41位中国杰出包装企业家	-		58
-	-图表26：2005年中国包装联合会认定的31位中国优秀包装企业家	-		59
-	-图表27：2005年中国包装联合会认定的106种中国包装名牌产品一	-		60
-	-图表28：2005年中国包装联合会认定的106种中国包装名牌产品二	- 61	-【摘要】食品包装服务是指由食品生产企业委托包装承包商对食品进行包装设计并生产容器或包扎物的一系列	

包装服务是指由食品生产企业委托包装承包商对食品进行包装设计并生产容器或包扎物的一系列活动。包装服务作为国民经济的配套服务行业，伴随着中国社会主义建设不断发展壮大，特别是改革开放以来，在社会主义市场经济体制下，中国包装服务行业从无到有得以迅速发展，正在形成一个以纸、塑料、金属、玻璃、印刷、机械为主要构成，拥有一定现代化技术与装备，门类较齐全的现代工业体系，在我国虽然食品包装服务行业还没有形成一定的市场和规模，但近年来发展速度和比例在不断提高。食品包装服务行业的特点是，包装商本身自己不生产食品，仅对食品生产商提供后续的包装设计、包装材料印刷及成品包装等一系列服务，这个服务体系包括从包装产品的设计到产品的物流等。中国食品包装行业已用20多年的时间，走完了发达国家近40年来的发展路程，基本上改变了“一流产品，二流包装，三流价格”的局面。包装服务行业已从一个分散落后的行业，发展成一个拥有一定现代技术装备、分类比较齐全的完整工业体系。当今包装服务行业发展的显著特点是包装服务市场的国际化、包装服务发展的全球化、各国包装服务业发展的相互关联及依存程度也越来越大。由于在国内专门从事食品包装服务的行业还没有形成气候，只是有少部分企业有能力作为包装服务的承包商，而大部分食品生产企业主要是自行加工，自行包装。而作为食品包装服务的代理承包商，一般也不只是从事食品包装的代理，而是只把食品包装作为公司的一个领域或一个产品。本研究咨询报告对中国包装服务行业的供给与需求状况、产业链上下游各子行业的发展状况、竞争格局、消费变化、新产品与技术等进行了分析，并重点分析中国包装服务行业发展状况和特点、行业热点以及代表企业，指出了中国包装服务行业将面临的冲击以及企业的应对策略。报告综合了纸包装、塑料包装、金属包装、玻璃包装、包装印刷、包装机械等重要板块的内容，并对包装服务业进行了发展趋势分析。本报告依托中国统计局、中国包装联合会等政府部门提供数据，结合北京汉鼎世纪咨询公司实际市场调研数据及，由汉鼎世纪资深专家共同撰写完成。本报告对业内厂家、欲在包装服务行业中寻找机会的企业以及食品加工企业、投资公司和相关政府机构制定发展战略具有重要参考价值。

第一章

中国包装服务行业现状分析第一节 中国食品包装服务行业现状分析一、我国食品包装服务行业现状从我国改革开放以来，市场经济逐步深入，内外贸易竞争激烈；食品包装服务业作

为食品工业产品配套的必需，产品促销和扩大市场占有率的重要手段，作用益显突出；受到社会的极大关注，并得以发展、壮大。在分散无序的薄弱基础上，经过全国上下和包装业界的共同努力，较快地形成了一个门类较为齐全的新兴的包装工业体系。基本上可以满足国民经济发展需要。中国食品包装服务行业是在市场经济中诞生，基本上是企业自由组合起来的。一方面是由于食品生产企业为了减少固定资产投资和降低成本控制，有意识把部分包装业务外包给专业的包装企业；另一方面由于市场有需求，一些原来从事食品生产或包装的集体企业经过转产或改制后，为了扩大企业业务渠道，开始专业从事食品包装。同时部分私营企业也看好这一行业，在包装和食品深加工方面寻找出路。据汉鼎世纪调查统计：1980年我国包装工业总产值仅72亿元，而到2003年达到2700亿元，较上年增长12%以上，为改革开放初期的36倍。全国包装企业在改革开放初期仅2604家，现已发展到2.5万家；包装工业从业人员全国已超过300万人。而到2005年，中国包装行业呈现出突破性发展，总体规模迈上一个新台阶，全国规模以上包装企业的工业总产值突破4000亿元。发展速度实现较快增长，工业总产值环比增长达到22.35%，是近十年来最大的增幅。创新能力后劲十足，新产品产值的增长速度环比到达27.36%，首次超过工业总产值的增长速度。创造效益的能力进一步加强，工业增加值、工业销售产值、利润等指标的增长速度都超过了工业总产值的增速。2006年全国包装工业总产值接近6000亿元人民币，比上年增长30%以上。2006年以来，包装行业积极推进结构调整和转变经济增长方式，进一步促进了全行业保持良好发展态势。目前，中国包装行业已形成了一个以纸、塑料、金属、玻璃、印刷和包装机械为主的独立、完整、门类齐全的工业体系。从2005到2006年取得的成果来看，中国包装行业正以科学发展观统领整个行业的发展，产品创新速度正在加快。构建环境友好型社会深入人心，绿色环保型包装制品成为产品包装的主角。经济增长方式转变已经全面展开，经济效益增长提速。国有包装企业改革效果明显，企业利润不断扩大。可以说，2006年是中国包装工业从包装大国向包装强国迈进的一年，也是为提前实现包装工业2010年目标奠定基础的一年。在我国国民经济较长时期快速、稳步和健康、持续发展的大环境中，我国包装工业仍以平均每年18%以上速率稳步上升。以绝对数值与国际同行业相比，全球包装市场份额约为6000亿美元，我国已进入包装大国行列，仅排在美、日之后居世界第三位。

二、我国食品包装服务行业发明专利落后于需求

据汉鼎世纪统计显示，到目前为止，食品包装行业发明专利按内容可大致分为：食品包装设备、包装材料、包装方法、包装辅助材料和包装容器的发明5类。这5种类型的专利所占的比例，食品包装材料和包装容器的发明专利在食品包装专利中占有优势。包装设备的发明最少，由于包装设备的发明投资大、耗时长、收益不稳定，所以在此方向进行的研究较少。

图表1：中国食品包装专利总体情况

据中国国家知识产权局获悉，从1985年至今的食品包装专利共有10317，其中发明专利57、实用新型专利176、外观专利10084。1995年到2002年，申请的食品包装专利数量40个，以2000年申请的发明专利最多，为10个，其次是1998年，再次是1995年，平均每年申请发明专利5个。总体来看，申请的食品包装发明专利数量呈渡状分布，并且随着包装设备的不断完善，有增加的趋势。发明专利、实用新

型专利、外观专利这3种专利类型中，外观专利在数量上远多于发明专利和实用新型专利.且近年来发展平稳。发明专利和外观专利在1999年均达到申请最高峰，3种专利在2000至2006年都在减少。总的来说，发明专利最少，每年在10个以内波动；实用新型专利近几年有逐渐上升的趋势；外观专利在经过缓慢上升后，有明显下降的趋势。对包装服务行业的专利来说，在包装的发明专利、实用新型专利和外观专利3种专利中，食品包装专利占包装专利的比例都相对较小；而对食品专利来说，食品包装专利占发明专利和实用新型专利的比例也较小，但占外观专利的比例高达87%，这说明，申请的食品专利的外观专利大都以食品包装专利形式表现。随着我国食品工业产品结构的进一步调整和产品的升级更新换代，对包装服务行业也提出新的要求。一是食品质量安全保证，对包装服务行业的技术和包装材料要求更为严格；二是灌装、包装形式和速度、规格更加多样化，并力求包装材料和容器做到标准化、系列化、通用化；三是对包装服务的装潢和包装形象要求更高；四是包装的防伪应有新的突破；五是努力降低包装成本。现代食品包装服务行业是现代食品生产、流通和消费的产物，必须适应现代化食品流通条件与销售市场的发展，因此，自动化、机械化、环保化，是食品包装服务行业不可逆转的发展趋势。三、食品包装服务行业高起点企业少低水平重复多在食品包装服务行业，由于各企业出身不同（国有、集体、私营），资金、装备、技术力量相差悬殊，起点亦有高低不同。总体趋势是高起点的较少，大多数包装服务企业是在低水平设备上徘徊。由于食品包装服务行业尚属于新兴行业，与该行业从业人数及企业总数比，行业科研院所、大专院校的相应专业所占比例还是比较少的。另一方面由于从事食品包装行业的企业，大多为民营企业、原来的集体企业等，由于企业自身技术研发能力不强，对食品包装的技术改新意识不强，即使科研单位有了食品包装方面新的技术发明，也不能在企业得到推广应用。科研成果的产销脱节不仅造成巨大的浪费，也不利于技术进步。有些前沿的工作如超低温、超高压、膜分离、超临界萃取、辐射、真空等技术及装备仅靠某一院所又无力完成，急需企业投入资金。过去提倡的产、学、研相结合的模式未能体现出来，有限的科研力量也未能充分发挥作用，使得许多企业都是在互相抄袭仿制，稍加改进后即成为自己的产品。这一类产品除了价格优势外，在国际市场上是没有竞争力的。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2978629786.html>